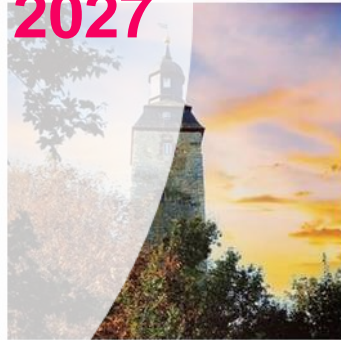




Evaluierung & Weiterentwicklung Masterplan Tourismus 2027 Sachsen-Anhalt

CHART-PROTOKOLL ZukunftsWerkstatt #2 Ökologie & Innovation





01. Juli 2020 | Halle (Saale)



Vorbemerkung / Lesehinweis



Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf die **ZukunftsWerkstatt #2 zum Thema *Ökologie & Innovation* im Rahmen der Weiterentwicklung des Masterplan Tourismus 2027 für Sachsen-Anhalt**, welche am **01.07.2020 als Präsenzveranstaltung in Halle (Saale)** stattgefunden hat.

Das Chart-Protokoll fasst die Begrüßung, die Präsentation des Beratungsunternehmens PROJECT M sowie die im Rahmen der Sitzung diskutierten Themen und erarbeiteten Ergebnisse zusammen. Die eingebrachten Anregungen, Ergänzungen und Hinweise sind als Ergänzung  markiert und bei Bedarf mit zusätzlichen Kommentierungen  versehen.

Das Chart-Protokoll ist ggf. ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen unvollständig. Für Rückfragen werden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpartner stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Peter C. Kowalsky	PROJECT M	E-Mail: peter.kowalsky@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-26
Nadja Schweiggart	PROJECT M	E-Mail: nadja.schweiggart@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-21
Maik Zießnitz	PROJECT M	E-Mail: maik.ziessnitz@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-20

Stand: Juli 2020





SACHSEN-ANHALT

PROJECT ^M



Ergebnisprotokoll





Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2 (1/7)

Begrüßung & Einführung (Staatssekretär & PROJECT M) ([Chart 14-18](#))

- ➔ Herr Staatssekretär Thomas Wunsch (Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt) und Herr Kowalsky (PROJECT M) fassen die Ergebnisse der ZukunftsWerkstatt #1 kurz zusammen und führen in das zweite Themenfeld der ZukunftsWerkstätten ein.
- ➔ Zielsetzung der ZukunftsWerkstatt #2 ist ein Fachdialog zu Leitzielen und Leitprojekten zum Thema Ökologie & Innovation und deren Vertiefung in drei Themen-Sessions. Die heute einzubringenden und zu diskutierenden Maßnahmen und Leitprojekte bilden gemeinsam mit den Ergebnissen der Evaluierung die Grundlage, um im dritten Quartal 2020 in die konkrete Weiterentwicklung und Umsetzungsplanung des Masterplan Tourismus 2027 zu gehen.
- ➔ Herr Kowalsky gibt anschließend einen kompakten Überblick über die zukünftigen ökologischen Nachhaltigkeitsziele im Masterplan Tourismus 2027.

Impuls: Ökologie – Ressourcenbewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil (PROJECT M) ([Chart 19-52](#))

- ➔ Herr Kowalsky und Herr Zießnitz (PROJECT M) stellen in einem ersten Impuls aktuelle Trends und Ansätze zu den Themen ökologische Angebote & Produkte, Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie und ökologisch nachhaltige Mobilität vor. Dabei schließen sich ressourcenschonende Angebote und ökonomische Wertschöpfung nicht aus, sondern zeigen auf, wie diese als Teil eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitsbewusstseins umgesetzt werden können. Nachhaltigkeit als Ganzes wird mit Blick auf die Produktqualität entsprechend vom Gast honoriert und bietet das Potenzial zur positiven Positionierung vom einzelnen Betrieb bis zu ganzen Destinationen. Initiativen wie „Handgemacht“ und deren Integration in touristische Angebote und Erlebniskonzepte tragen beispielsweise sehr bewusst zur regionalen Identität bei und schaffen darüber hinaus eine neue Wertigkeit und ein neues Produkterlebnis.
- ➔ In den anschließenden Themen-Sessions werden diese Ansätze vertieft und hinsichtlich einer sinnvollen und möglichen Anwendung im Reiseland Sachsen-Anhalt reflektiert.

Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2 (2/7)

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung (Chart 48-53)

Thema 1: Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign

Die Teilnehmenden diskutieren regionsübergreifende Projekte und zentrale Rahmenbedingungen, um zukünftig ein innovativeres und ökologisch nachhaltigeres Reiseerlebnis anbieten zu können. Nachhaltigkeit (Einklang von Ökologie, Ökonomie und Sozialem) als Schwerpunkt im künftigen Masterplan festzuschreiben und über den Masterplan die wichtigsten touristischen Partner in die Verantwortung zu nehmen, wird befürwortet.

➔ HF „Positionierung / Marktbearbeitung“:

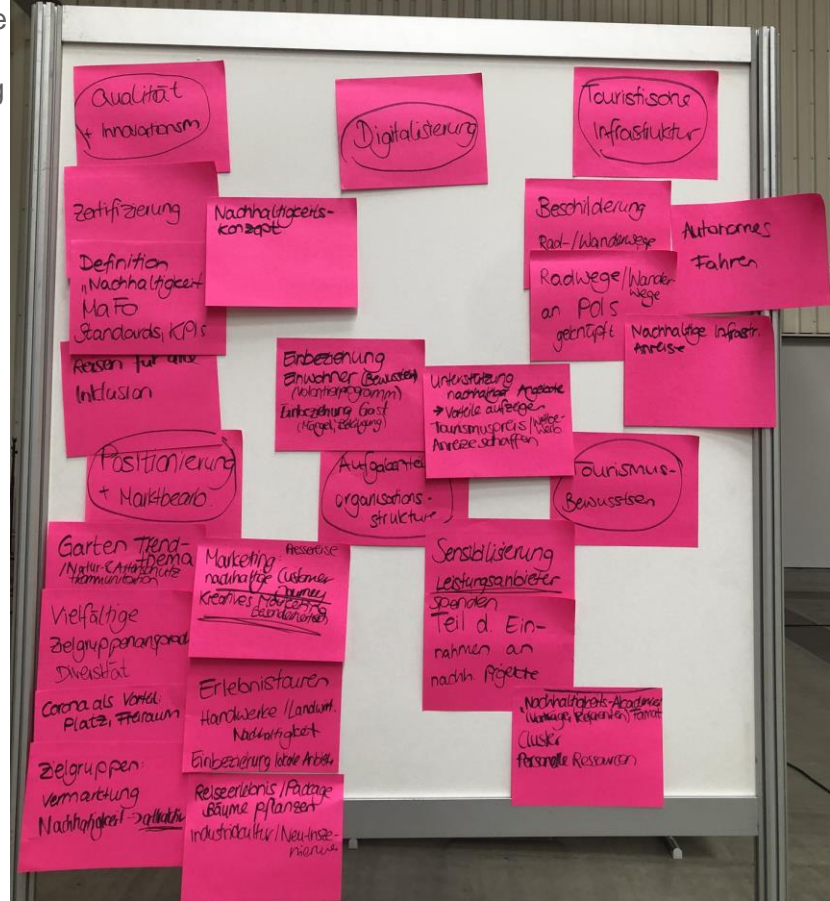
➔ Die Teilnehmenden sind sich einig, dass die Vermarktung des Themas Nachhaltigkeit ansprechend und kreativ in Kombination mit den Erlebnis-Highlights im Land gestaltet werden muss. Dabei soll die gesamte Customer Journey im Vordergrund stehen. Die Vermarktung mit Hilfe von Pressereisen und thematischen Erlebnistouren (Handwerk, Landwirtschaft, Manufaktur, etc.) können geeignete Instrumente sein. Zudem sollte im Marketing auf eine genaue Zielgruppenansprache und Diversität geachtet werden.

➔ Eine weitere Anmerkung ist die Vermarktung von Gärten in Verbindung mit Natur- & Artenschutz.

➔ HF „Touristische Infrastruktur“:

➔ Rad- & Wanderwege sollten besser an die POIs angebunden sein und so nachhaltige Mobilität fördern. Eine bessere Beschilderung der Rad- & Wanderwege wird angemahnt.

➔ HF „Digitalisierung“: Durch die Digitalisierung könnten Gäste besser in die nachhaltige Entwicklung einbezogen werden (z.B. digitale Meldung von Mängeln per App).

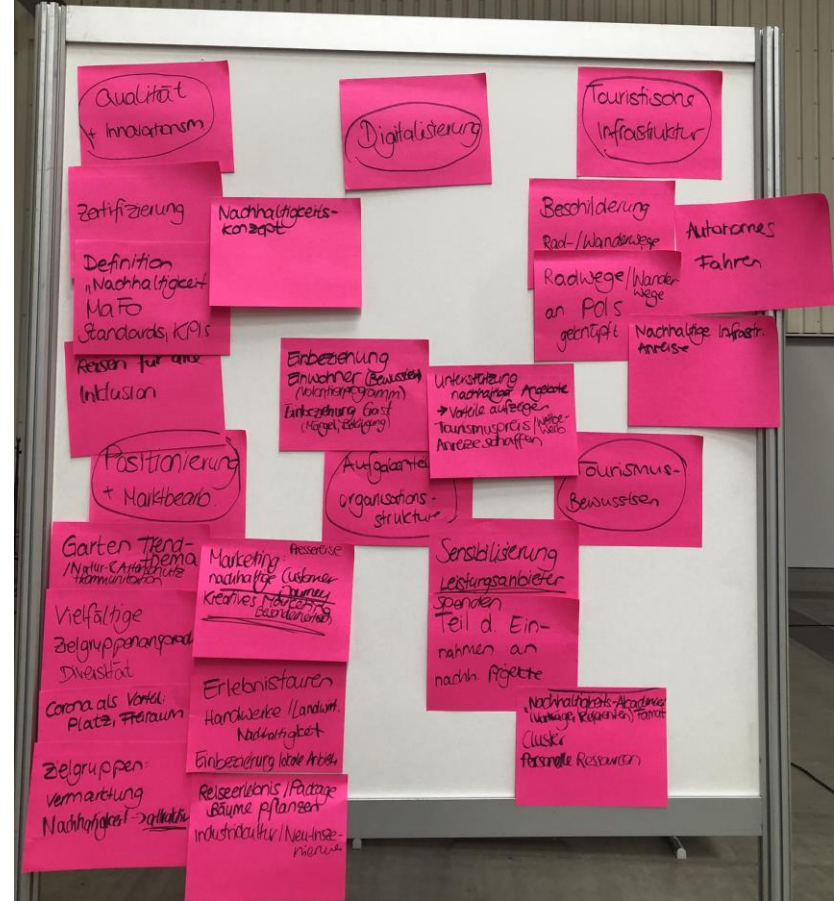


Zentrale Ergebnisse Zukunftswerkstatt #2 (3/7)

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung (Chart 48-53)

Thema 1: Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign - Fortsetzung

- ➔ **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:** Die Teilnehmenden schlagen die Zertifizierung nachhaltiger Angebote vor. Grundsätzlich sollte der Begriff „Nachhaltigkeit“ im Land durch einheitliche KPIs und Standards definiert werden. Ggf. könnten diese in einem gemeinsamen touristischen Nachhaltigkeitskonzept festgeschrieben werden. Im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit wird das Thema „Reisen für alle“/Inklusion hervorgehoben.
- ➔ Innovative, nachhaltige Produkte (z.B. thematische Erlebnistouren mit Einbeziehung d. regionalen Handwerks/Landwirtschaft/Manufakturen, etc.; Nachhaltigkeitserlebnis mit aktiver Einbeziehung d. Reisenden, z.B. „Bäume pflanzen“) könnten (weiter-) entwickelt werden.
- ➔ Die Teilnehmenden merken an, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Leistungsanbieterschaft häufig noch negativ oder mit Unsicherheiten behaftet ist. Dazu ist eine weitere Sensibilisierung, Unterstützungsleistung bei Nachhaltigkeitsfragen (z.B. „Nachhaltigkeits-Akademie“ zum Austausch) und das Aufzeigen der Vorteile von nachhaltigen Angeboten notwendig. Anreize können zudem geschaffen werden (z.B. durch einen nachhaltigen Tourismuspreis / Wettbewerb).
- ➔ **HF „Tourismusbewusstsein“:**
 - ➔ Für ein ganzheitliches Nachhaltigkeitserlebnis im Reiseland sollen zudem die EinwohnerInnen einbezogen werden (z.B. Volunteer-Programm für Nachhaltigkeit).



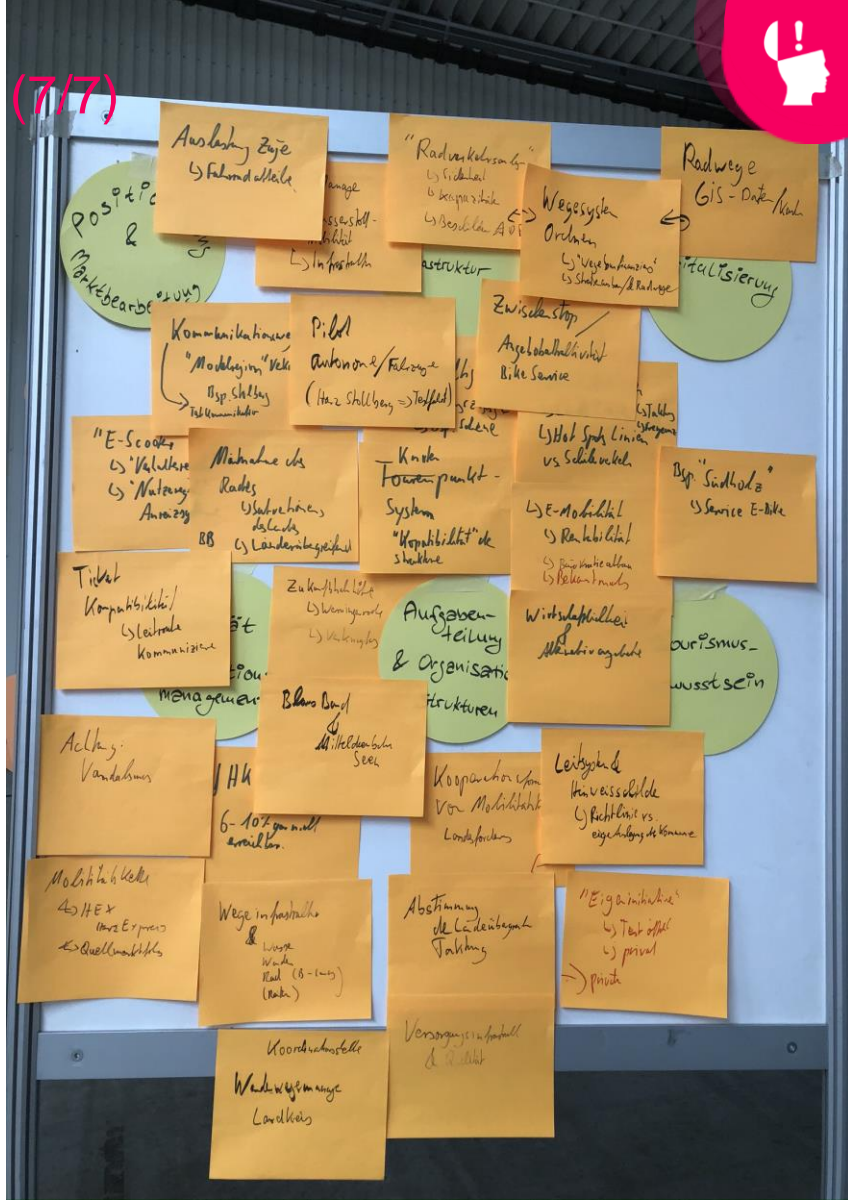
Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2 (7/7)

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung (Chart 57-59)







Thema 3: Ökologisch nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität

- Fortsetzung

- ➔ **HF „Digitalisierung“:** Für die Angebotsentwicklung und Aufbereitung für den Gast braucht es eine flächendeckende Digitalisierung von Bestand und Angebot (GIS-Daten/Karten zu Wegesystemen, Angeboten, Umstiegsmöglichkeiten), eingebunden in Erlebnisraumkonzeptionen der Regionen und Städte
- ➔ **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:** Kundenfreundliche Erreichbarkeit der POIs muss in allen Teilen des Landes forciert werden (Lt. IHK-Freizeitbarometer sind 6-10% gar nicht erreichbar).
→ Mobilitätsketten müssen ganzheitlich für verschiedene Anspruchsgruppen aus dem Tourismus gedacht werden.
→ Wegeinfrastruktur (Wasser, Wandern, Rad, Reiten) sind zu berücksichtigen sowie auch touristische Anbieter (HarzExpress)
→ Learnings aus Pilotprojekten „Zukunftsbahnhöfe DB“ (Wernigerode) sind im Land zu vermitteln und anzuwenden
→ Touristisches Qualitäts- und Innovationsmanagement sollen laut den Teilnehmenden bei einer übergreifenden Koordinationsstelle verankert werden
→ Versorgungsinfrastruktur & Qualität
- ➔ **HF „Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen“:** Kooperationsformen bei Mobilitätsketten sind wichtige Aufgaben des Ministeriums und der Landkreise unter Einbeziehung der DMOs
→ Abstimmung der länderübergreifenden Taktung
→ Landesförderung für mehr Wirtschaftlichkeit & Alternativangebote
- ➔ **HF „Tourismusbewusstsein“:** Mehr Eigeninitiative der Leistungsanbieter und der lokalen DMO (Richtlinie vs. Auslage der Kommune)



Zentrale Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt #2 - Ökologie

	Positionierung & Marktbearbeitung	Touristische Infrastruktur	Digitalisierung	Qualität & Innovationsmanagement	Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen	Tourismusbewusstsein
Workshop						
		Ökolog. Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign / Ökolog. nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität	Ökologisch nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität	Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie	Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie	Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign
Zentrale Maßnahme		Mobilitätskonzept: Knotenpunktsysteme unter Einbindung der Rad- und Wanderinfrastruktur; Förderung der klimafreundlichen Mobilität	Flächendeckende Digitalisierung von Bestand / Angebot	TourCert-Zertifizierung der fünf Tourismusregionen als Impuls für den gesamten ST-Tourismus	Aufbau Netzwerk Nachhaltigkeit mit Akteuren aus dem Bereich Hotellerie, Gastronomie, Industrie, Landwirtschaft etc.	Konzept Volunteering-Programm zur Einbindung der BewohnerInnen in die tourist. Produktentwicklung
		Kundenfreundliche Erreichbarkeit der POIs		Qualitätsoffensive Nachhaltigkeit (Wettbewerbe, Handreichungen, Kommunikation)		

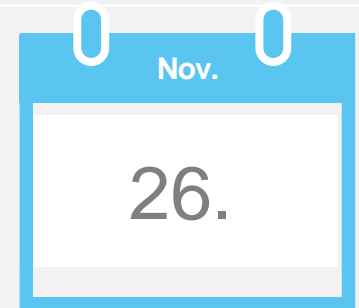
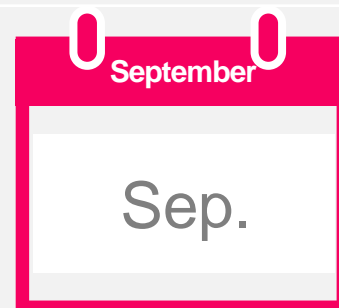
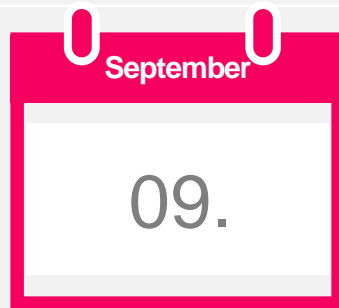
Impressionen der Zukunftswerkstätten #1 & #2 am 1. Juli 2020 in Halle (Saale)



Ausblick & kommende Schritte



Infos / Next Steps	Wann
ZukunftsWerkstätten #3&4	08. Juli 2020
Fachbeirat #4	09. September 2020
Lenkungskreis #3	September 2020
TourismusTag Sachsen-Anhalt	26. November 2020



ZukunftsWerkstätten #3&4
Magdeburg

Fachbeirat #4

Lenkungskreis #3

TourismusTag
Sachsen-Anhalt



1

Einführung



2

Zielsetzung



1 Begrüßung

2 Einführung & Zielsetzung

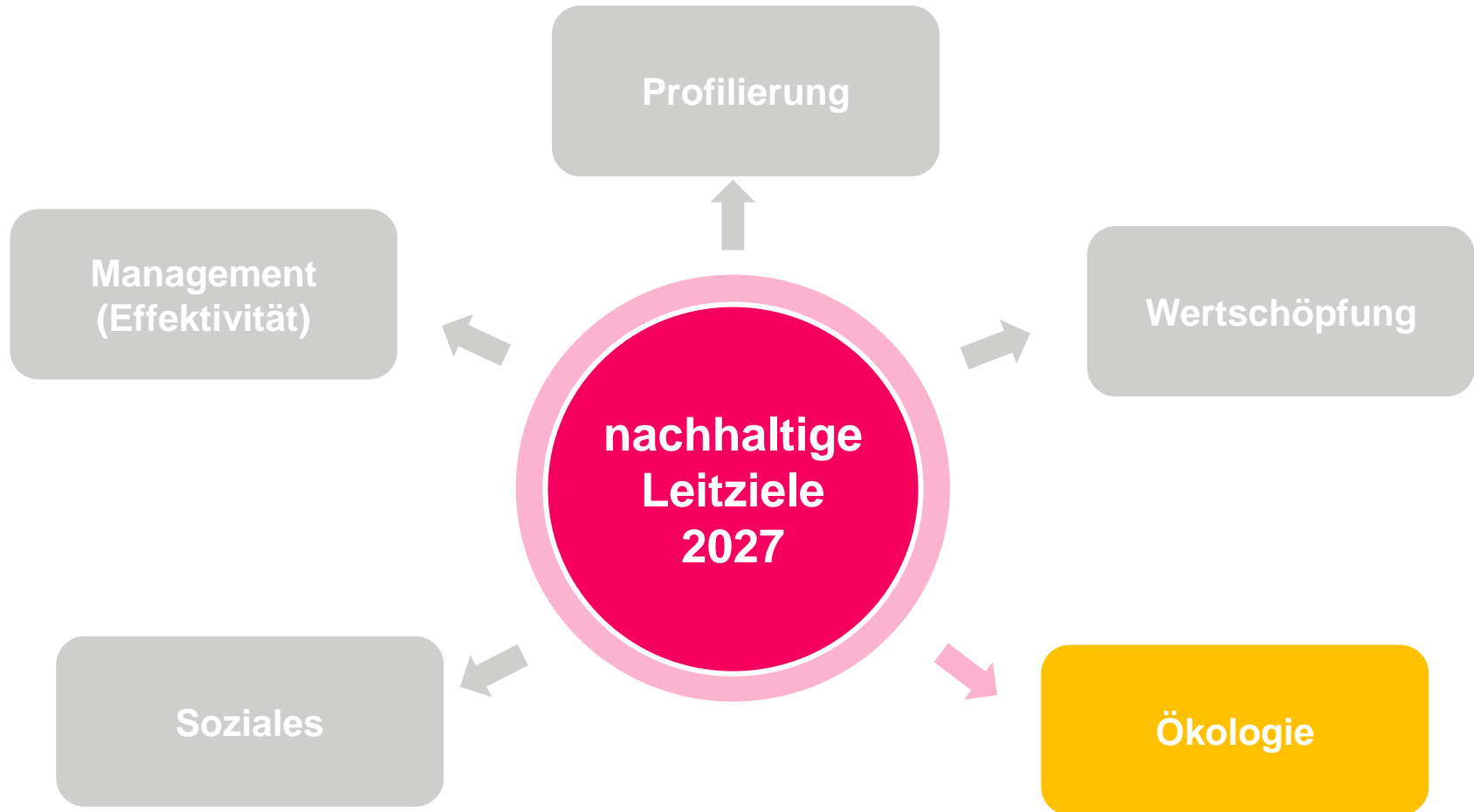
3 Ökologie - Ressourcenbewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil

4 Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027

5 Vorstellung der Session-Ergebnisse

6 Ausblick auf den kommenden Prozess

Ökologie als eines der fünf strategischen Leitziele für den Masterplan.



Ökologische Nachhaltigkeitsziele für das Reiseland Sachsen-Anhalt

Ökologie: Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der umwelt- und ressourcenschonende Angebote gezielt fördert.

Nachhaltigkeitszertifizierung aller Tourismusregionen

Monitoring: Zertifizierung der Reiseregionen

- **Alle Tourismusregionen sind als nachhaltige Destination zertifiziert**
KPI: 5/5 Reiseregionen sind bis 2024 TourCert zertifiziert und 2027 rezertifiziert

Steigerung umweltfreundlicher Anreisemöglichkeiten / Fortbewegung Vor-Ort

Monitoring: Permanente Gästebefragung, fortlaufende digitale Umsetzung sinnvoll

- **Steigerung des Anteils nachhaltiger Mobilität* bei der Anreise und Fortbewegung Vor-Ort**
KPI: Basis Anreise 2016: 16% / Ziel 2027: 30% | Basis Vor-Ort 2016: 32,2% / Ziel 2027: 45%*
(*nachhaltige Mobilität = Fortbewegung mit Bahn, SPNV/ÖPNV, Bus, E-PKW, zu Fuß oder per Rad; PEG-Befragung muss angepasst werden)



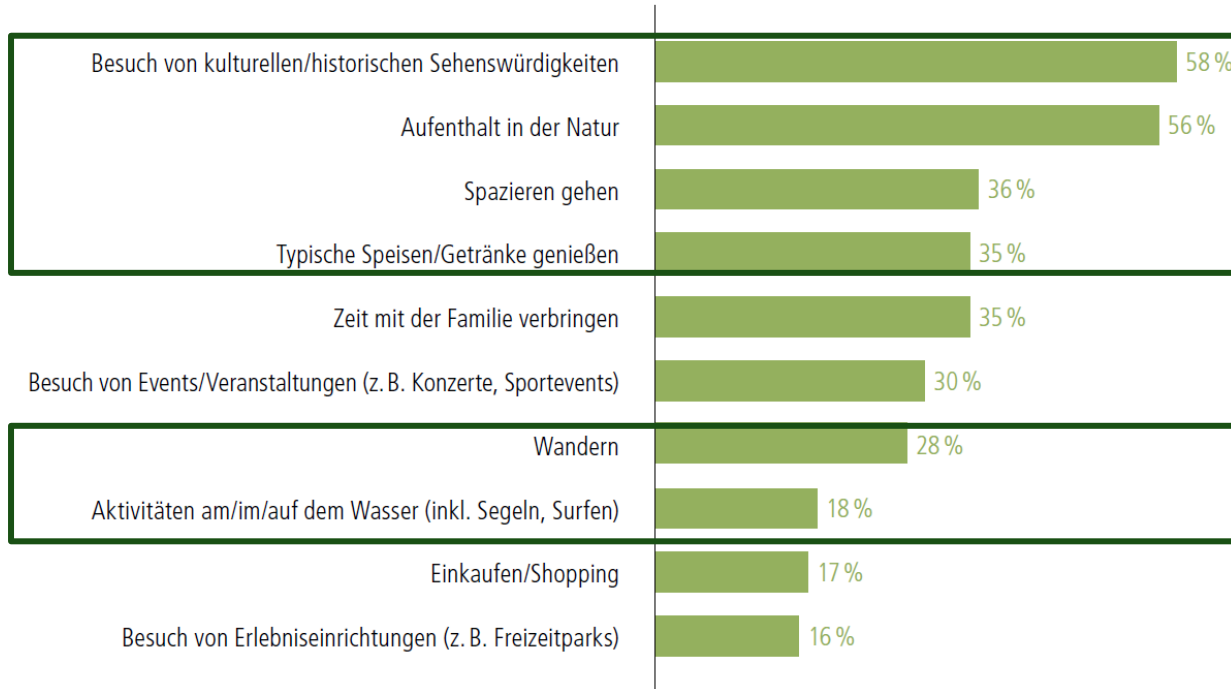
3

Ökologie – Ressourcenbewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil

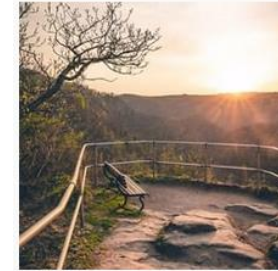
Nachhaltiges Naturerlebnis erlebt eine Renaissance bei den Reisemotiven und Aktivitäten in Deutschland. Mit Corona nochmal deutlich intensiver!

Kultur und Natur im Urlaub beliebt

Aktivitäten* der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2019

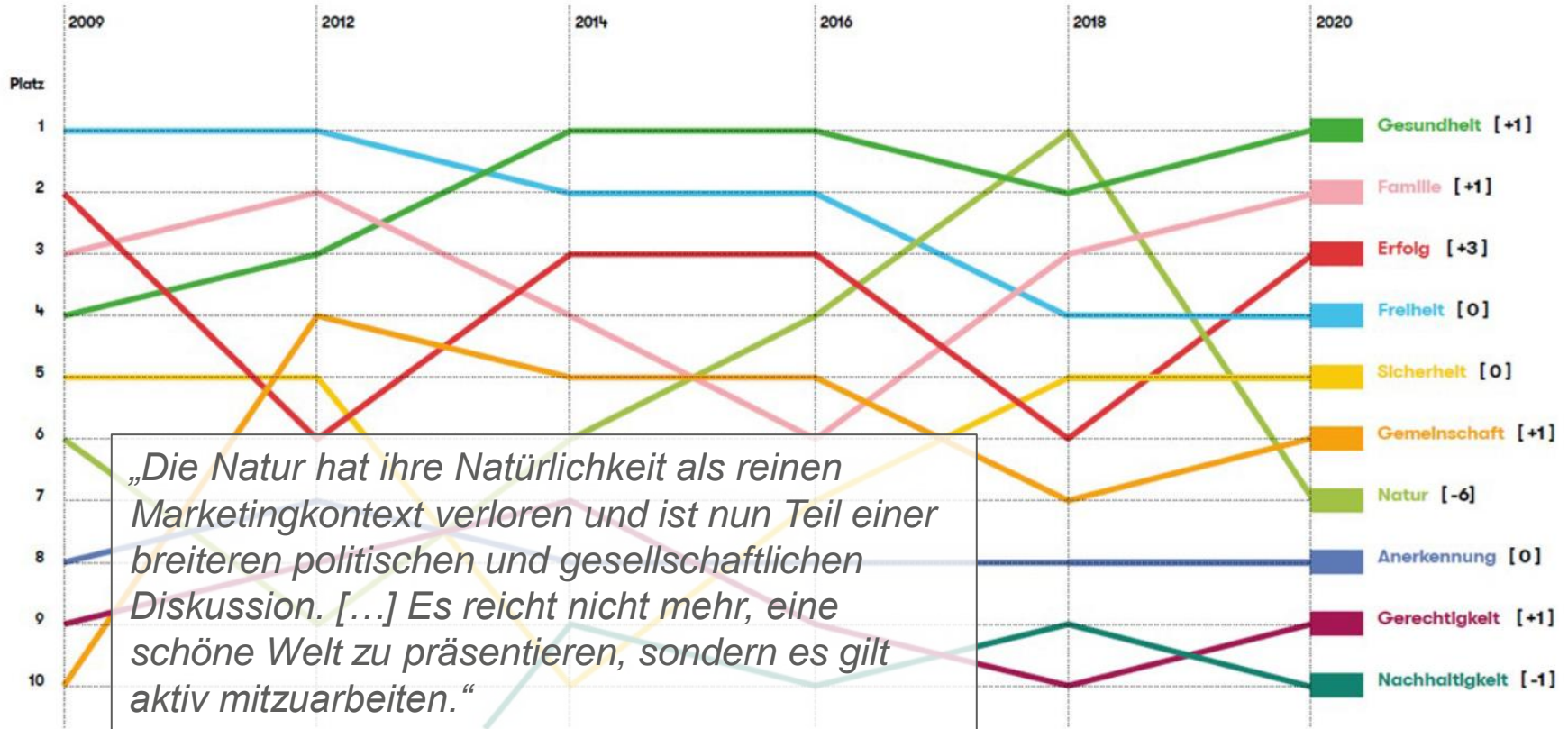


* Mehrfachantworten möglich, Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung und 50 km vom Wohnort
Quelle: GfK SE 2020 (Hrsg.): GfK DestinationMonitor Deutschland 2019, Nürnberg



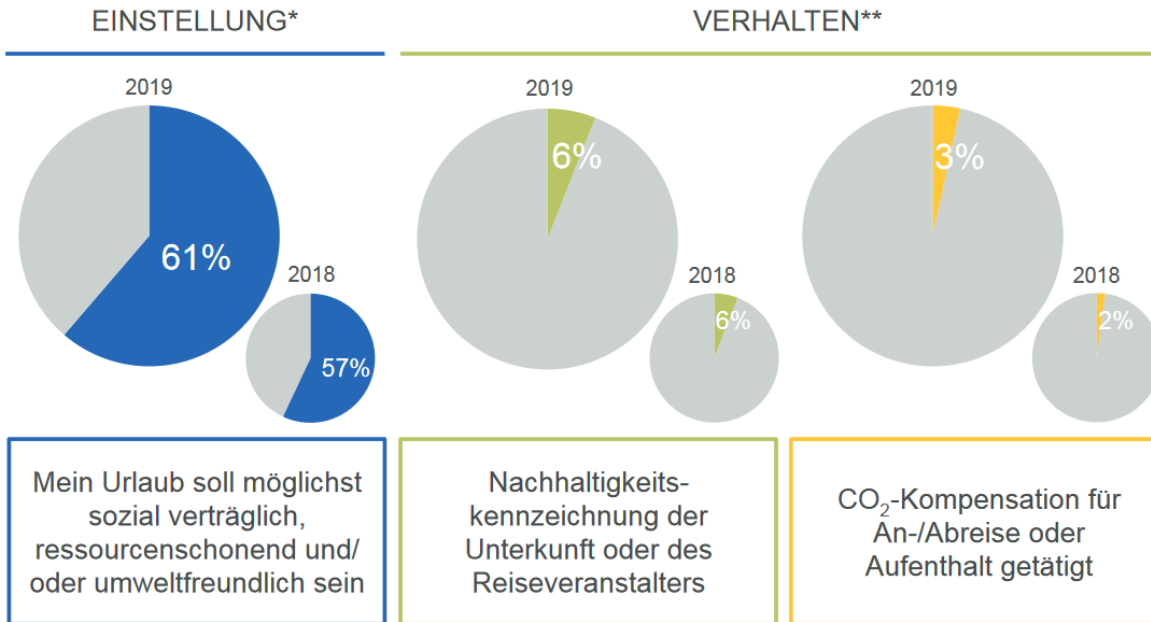
Wertewandel in der Bevölkerung: „Nachhaltigkeit“ unter den TOP 10 bei 4 Mio. Postings der populärsten deutschen Websites, Communities und Blogs .

Werte-Index 2020



Der Klimawandel, Umweltbelastungen und das steigende Interesse an **Nachhaltigkeit** bietet Chancen für Angebotsgestaltung und Marketing.

Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2018 und 2019

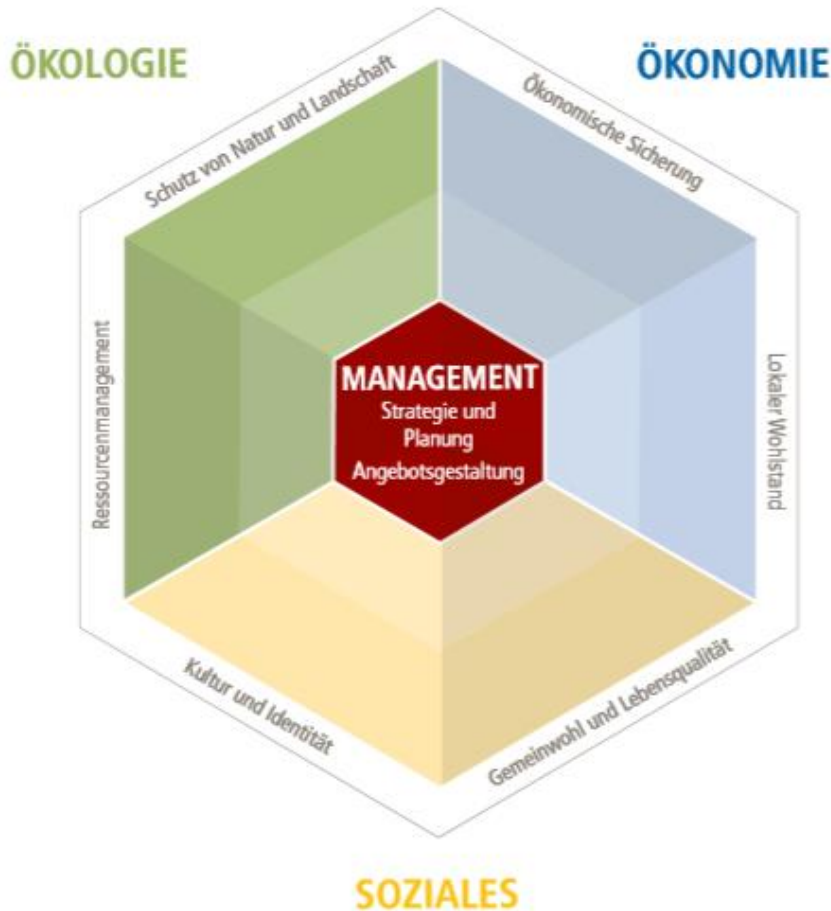


Basis: * Urlaubsreisende (5+ Tage) in der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; ** Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2019, RA 2020, Modul Nachhaltiges Reisen

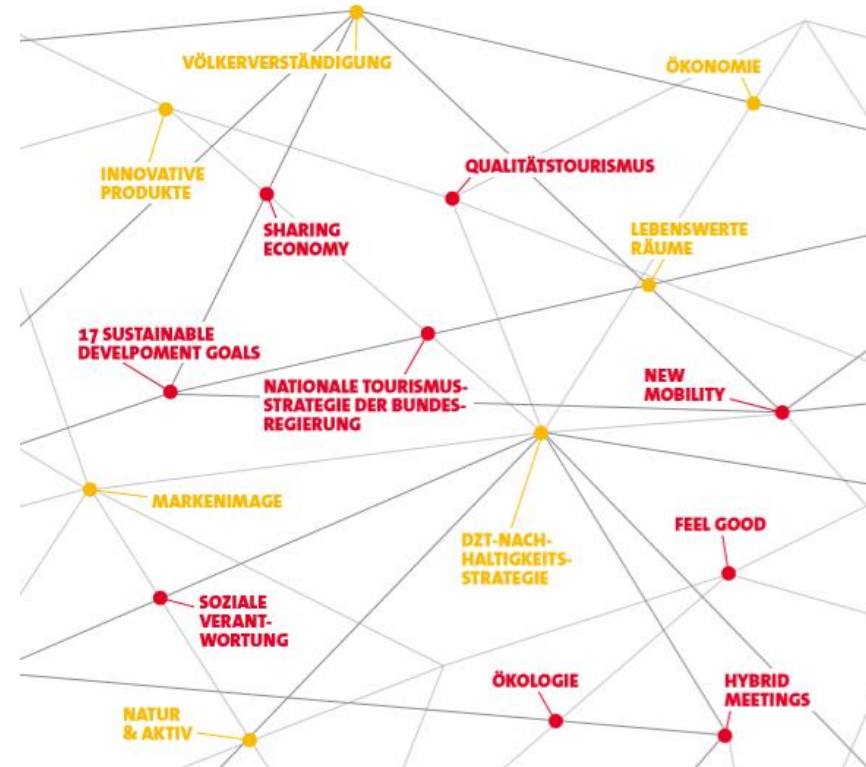
Umweltauswirkungen touristischer Aktivitäten mit Ansätzen zur Optimierung.

	An- und Abreise	Beherbergung	Gastro- nomie	Freizeit- aktivitäten	Reisevor- und nach- bereitung
Primärenergie- verbrauch	+++	++	+	+	
Treibhauseffekt	+++	++	+	+	
Biodiversität	+	+	+	+++	
Flächenverbrauch	++	+++	+	+	
Abfallaufkommen		++	++		+
Wasserverbrauch		++	+	+	
Gewässerbelastung		++	+		
Lärm	+++	+	+	+	

Nachhaltigkeit braucht einen ganzheitlichen Ansatz und eine Übersetzung vom Marketing in das reale Vorort-Erlebnis und Services!



NACHHALTIGER TOURISMUS

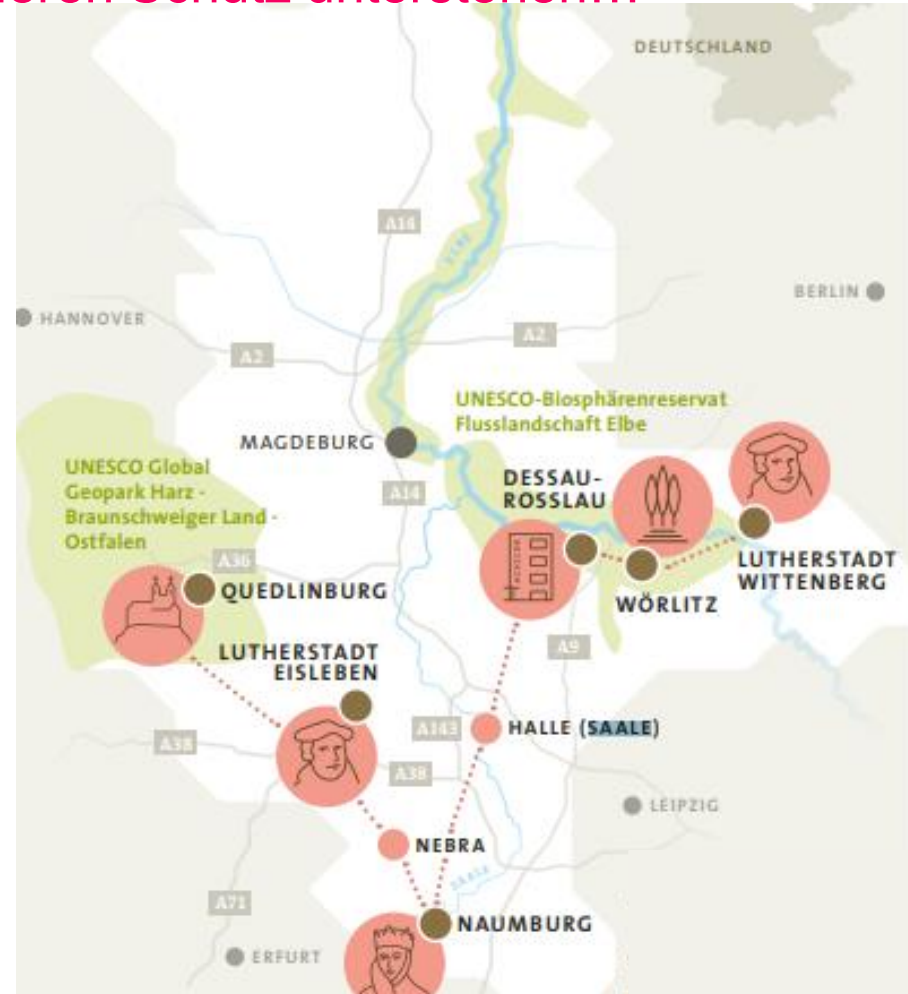


Ökologische Angebote & Produkte

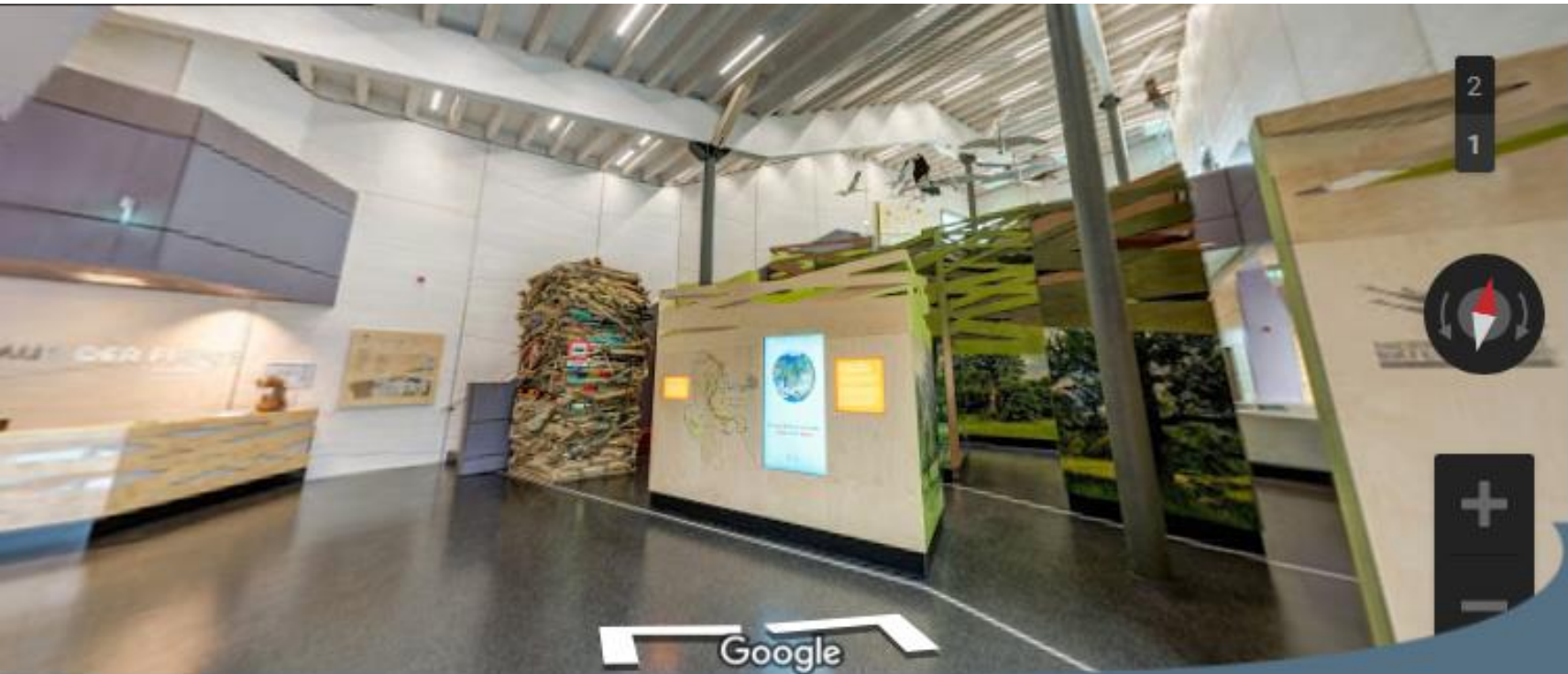
Ressourcenschonende aber hochwertige Angebote, naturnahe Erlebnisse und Aktivitäten sowie Umweltbildung als Teil eines neuen Nachhaltigkeitsbewusstseins bieten entsprechend der Trends das Potenzial sich im Wettbewerb positiv hervorzuheben.



Sachsen-Anhalt besitzt eine Vielzahl an schützenswerten Kulturgütern und Naturräumen, die bereits einem besonderen Schutz unterstehen...



.... und über Infozentren (Haus der Flüsse, Biosphärenreservat Mittelelbe) erlebnisreich für Umwelt und Naturbildung sensibilisieren.



Biosphärenreservat
Mittelelbe



Gerade eine bewusst zum Natur- und Kulturangebot passende Erlebbarkeit im Welterbe (Dessau-Wörlitzer Gartenreich) schafft Erlebniswert.



Zudem existieren eine Vielzahl an ökologischen Freizeitangeboten fernab der Highlights (Ökodorf Sieben Linden in der Altmark).



Saarland als Vorreiter – naturnahe Angebote und regionale Kulinarik auch über die kleinen, besonderen Momente ganz groß inszenieren.



Nachhaltigkeit funktioniert auch in der Stadt – Helsinki kuratiert grüne Sehenswürdigkeiten & bezieht u.A. Energieeffizienz als Kriterien mit ein.

Helsinki

See & Do

Eat & Drink

Work & Study

Business & Invest

Info

Think Sustainably

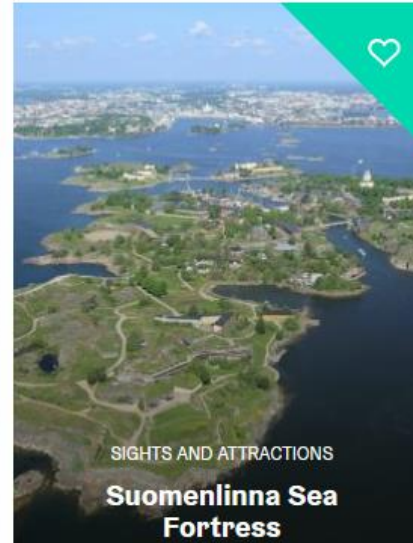


EN ▾

Sustainable attractions in Helsinki

The suppliers who have met the Think Sustainably criteria are marked with a green tab.

All sustainable choices



Das Umweltbundesamt in Dessau als ökologischer Vorzeigebau.



Nachhaltigkeit in Hotellerie & Gastronomie

Saubere Energie, regionale Produkte und verantwortungsvoller Ressourcenumgang im Gastgewerbe ist kein wirtschaftlicher Ausschluss. Ansätze wie „Feinheimisch in SH“ oder „Handgemacht“ stehen für Qualität und werden entsprechend vom Gast nachgefragt und honoriert.

Verschiedene Initiativen setzen sich gegen Ressourcenverschwendung ein und sensibilisieren den Gast für Nachhaltigkeit im Urlaub.

Bitte helfen Sie unserer Umwelt.

Please help our environment.



Lieber Gast, wenn Sie die Handtücher erneut benutzen möchten, hängen Sie diese bitte an den Handtuchhalter.

Dear guest, if you want to use the towels again, please put them on the towel rack.

Handtücher in der Dusche oder Badewanne werden von uns ausgetauscht.

Towels in the shower or bath will be replaced by us.

Herzlichen Dank.

Thank you.

www.guestcheckin.com



Too Good To Go

Hotel testet: Gratis-Getränk statt Zimmer-Reinigung

Jeden Tag in das saubere und aufgeräumte Hotelzimmer kommen – nervig oder überflüssig? Getestet hat das eine Hostelkette. Ihr Angebot an Gäste: Ein Freigetränk, dafür keine tägliche Reinigung.

Bonuskarte gegen Lebensmittelverschwendung in HoGa

AUFGEESSEN?



GREEN CHEFS
FAIRNESS UND VERANTWORTUNG IN DER GASTRONOMIE

Hotel Rehlegg – Ganzheitlich grün durch E-Mobilität, verantwortungsvollen Ressourcenumgang, grüne Energieproduktion und regionale Kulinarik.



Wir lieben Grün

Tourismus und Nachhaltigkeit – geht das? Ja, das geht! Damit Sie mit gutem Gewissen Urlaub machen können, setzen wir als nachhaltiges Hotel auf regenerative Energien und versuchen, Müll zu vermeiden, wo immer das möglich ist. Kleidung, die Sie in unserem Hotelshop kaufen können, wurde nachhaltig produziert. Seit 2017 sind Übernachtungen im Rehlegg außerdem klimapositiv, denn bei uns wird mehr CO₂ gebunden als ausgestoßen. Um den eigenen Restausstoß zu kompensieren, beteiligen wir uns aktiv an Aufforstungen in Panama. Dafür wurden wir von Viabono, der Fachorganisation für umweltfreundliches Reisen, ausgezeichnet. Zudem beteiligen wir uns an der regionalen Bergwaldoffensive und sind deutschlandweit das erste Hotel, das in Humus-Zertifikate investiert.

Berge, soweit das Auge reicht



Regionale Wertschöpfung in Gang setzen, Identität und Profil stärken.

handgemacht

Handwerk, Erlebnis und Genuss.

Unsere Regionalmarke „Handgemacht Saale.Unstrut“ steht für Regionalität, Qualität, Tradition und Bewusstsein. Unter ihrem Dach vereinen sich sowohl Produzenten als auch Eventanbieter, die mit ihrem Angebot die Region mit allen Sinnen fühlbar, schmeckbar, hörbar und erlebbar machen.



hand
gemacht
Saale·UNSTRUT



Regionalen Produzenten ein Gesicht geben und in die touristischen Produkte / die touristische Leistungskette einbinden.



Genusslabel mit starker regionaler Identität und Wertschöpfung.

tourismus.nuernberg.de

SEHEN ▾

GENIESSEN ▾

ERLEBEN ▾

BUCHEN ▾

INFORMIEREN ▾



Genießen

Unsere Genuss-Experten



Sustainable Meetings Berlin- Ökologie in der Tagungswirtschaft.

Anreise /
Abreise

Hotel

Emissionen durch Veranstaltungen



! Sparen Sie über 70% der Emissionen! Berlin ist einfach und bequem per Bus und Bahn zu erreichen.

Durchschnittlicher Verbrauch pro Übernachtung



! Finden Sie zertifiziert nachhaltige Hotels in den Sustainable Partnern.

Entstehende Treibhausgase durch An- und Abreise



! Ist wirklich ein Flug nötig? Wenn ja, ermutigen Sie die TeilnehmerInnen zur Kompensation durch einen Klimabeitrag.

Location

Finden Sie besondere Locations



! Bieten Sie Ihren TeilnehmerInnen außergewöhnliche Tagungsumgebungen in den nachhaltigen Locations Berlins.

Der Weg ist das Ziel



Catering



! Urban Gardening boomt in Berlin und ist für Ihre TeilnehmerInnen sicher interessant – sei es als Incentive-Ausflug, Ideen für Gastgeschenke oder Catering-Quelle.

CO₂ Emissionen durch Catering

CO₂ in kg

! Setzen Sie auf überwiegend vegetarische Speisen und leichtes Catering – das spart CO₂ und hält die TeilnehmerInnen fit und konzentriert.



1 kg Gemüse
0,2 kg CO₂

1 kg Geflügel
3,7 kg CO₂

1 kg Rindfleisch
12,3 kg CO₂

Nachhaltige Mobilität

Neue Antriebe, Sharing-Konzepte und neue Kooperationen als grüner Weg in die Zukunft.

Dekarbonisierung ist der zentrale Treiber der Mobilitätswende in den nächsten Jahren. Strom und Wasserstoff sind das Öl der Zukunft.



Zahlen und Fakten zur Elektromobilität

32 

verschiedene deutsche Elektroautomodelle sind derzeit auf dem Markt (Stand Dezember 2019)

1 

Million Elektrofahrzeuge werden bis 2022 (Prognose der Nationalen Plattform Elektromobilität Ende 2018) auf Deutschlands Straßen fahren

rd. 3 

Milliarden Euro hat die Bundesregierung seit 2009 für die Forschung und Entwicklung der Elektromobilität zur Verfügung gestellt

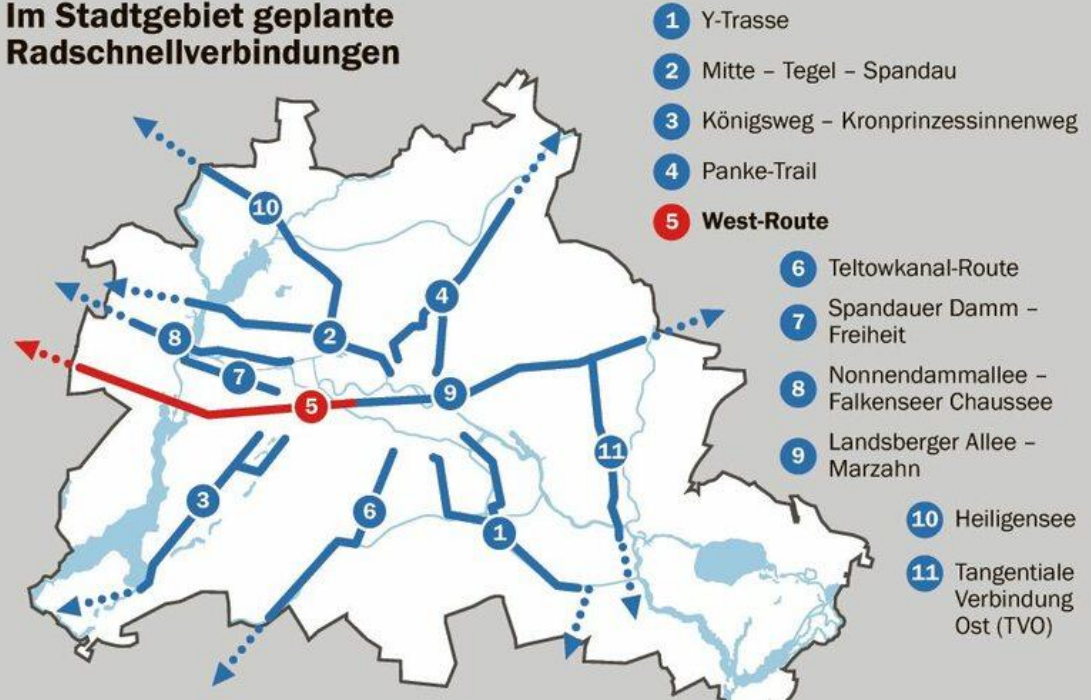
22 

Leuchtturmprojekte wurden seit 2012 von der Bundesregierung ausgezeichnet

Renaissance des Rades: Kopenhagen macht es vor, die Anderen ziehen nach. Radverkehr gewinnt im Alltag und Tourismus an Bedeutung.



Im Stadtgebiet geplante Radschnellverbindungen



Quelle: Infraveio, Tagesspiegel, Tsp/Barrel

<https://www.visitcopenhagen.com/biking>

<https://www.tagesspiegel.de/berlin/geplante-schnellverbindung-schnell-mal-mit-dem-rad-von-tiergarten-nach-spandau/24892944.html>

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

„Teilen statt besitzen“ erweist sich gerade in der Mobilität als Credo. Leih-systeme für Autos, Roller und Räder haben sich im urbanen Raum etabliert.



Intermodalität: die Zukunft der Mobilität liegt in der Vernetzung & Kooperation.
Verkehrsverbund arbeitet mit Sharing-Anbieter für lückenlose Mobilität.



Samo-Card-Werfenweng als Best Practice gesteuerter Mobilität.



Leihradssysteme auf den ländlichen Raum übertragen und die Reisenden zum Umstieg auf das Rad und die Erkundung des Umlandes motivieren.

NIEDERRHEIN
SO GUT. SO WEIT.



RevierRad-Station Landschaftspark – NiederrheinRad- Station

Duisburg

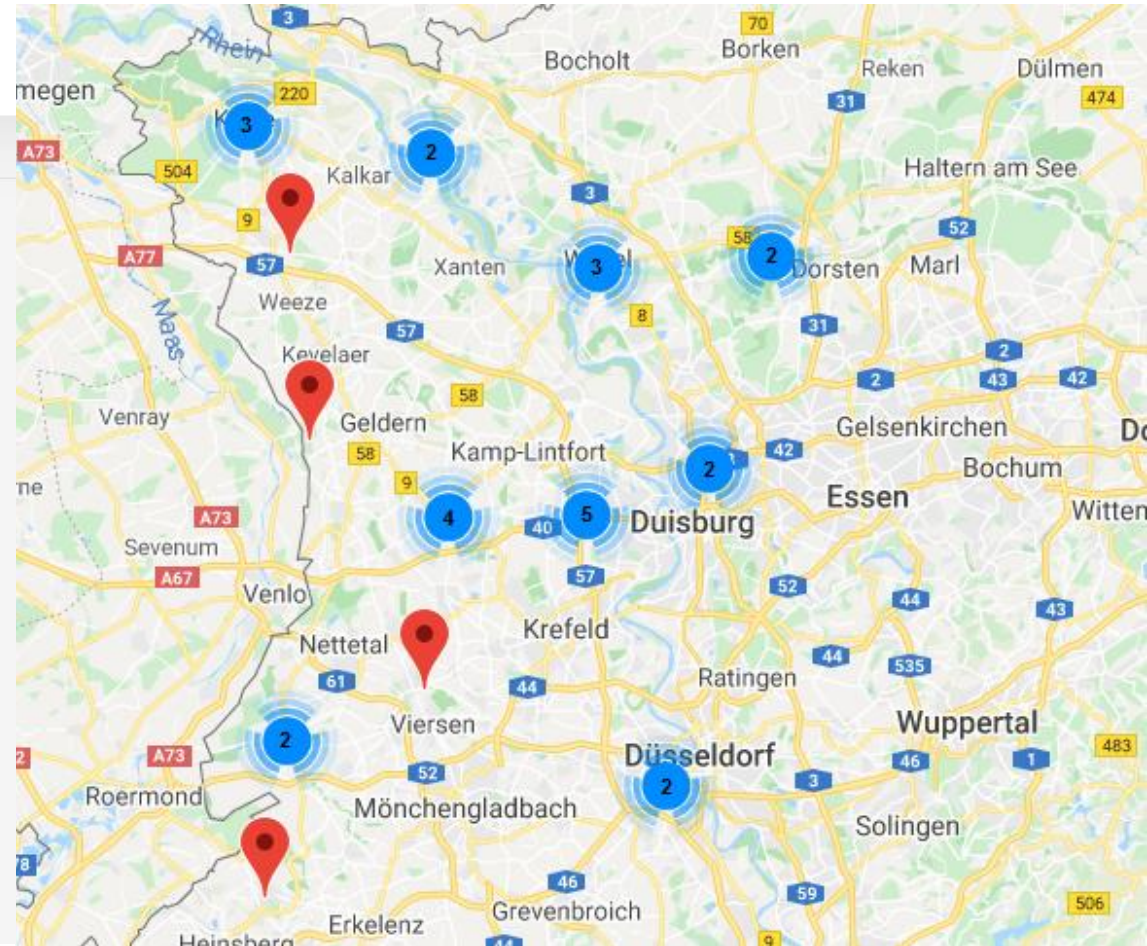
Knotenpunkt von RevierRad und NiederrheinRad, Verleihstation am Besucherzentrum Landschaftspark Duisburg-Nord, Radverleih, aktuelle Karten zu erwerben,



Tourist- Information Brüggen – NiederrheinRad- Station

Brüggen

Brüggen mit dem Naturschutzgebiet Brachter Wald liegt mitten im Naturpark Schwalm-Nette. Es erwarten Sie rund 120 km gut ausgeschilderte Radwege. [...]



<https://niederrhein-tourismus.de/freizeit/aktiv/fahrradverleih>

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Nadja Schweiggart
Junior Consultant

Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT^M

4

Themen-Sessions zur Tourismusentwicklung 2027



Gemeinsame Vertiefung in Themen-Workshops

Was braucht es, um zukünftig innovativeres und ökologisch nachhaltigeres Reiseerlebnis / HoGa / Mobilität anbieten zu können?

Durch

- Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis und Erlebnisdesign
- Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie
- Ökologisch Nachhaltigeres Ankommen und Binnenmobilität



Gruppeneinteilung:

Jede(r) Teilnehmende nimmt an allen drei Workshops teil.

#Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign

#Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie

#Ökologisch nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität

Gruppe	Runde #1 Start ca. 14:15 Uhr	Runde #2 Start ca. 14:45 Uhr	Runde #3 Start ca. 15:15 Uhr	Raum
	Reiseerlebnis / Erlebnisdesign	Hotellerie & Gastronomie	Ankommen & Binnenmobilität	Foyer
	Hotellerie & Gastronomie	Reiseerlebnis / Erlebnisdesign	Reiseerlebnis / Erlebnisdesign	Eingang
	Ankommen & Binnenmobilität	Hotellerie & Gastronomie	Reiseerlebnis / Erlebnisdesign	Saal

Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig innovativeres und ökologisch nachhaltigeres Reiseerlebnis anbieten zu können?

- Welche/s Projekt/e muss regionsübergreifend am dringlichsten angegangen werden, um mehr ökologisch nachhaltige Erlebnisse und Angebote zu schaffen?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 1: Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign

Die Teilnehmenden diskutieren regionsübergreifende Projekte und zentrale Rahmenbedingungen, um zukünftig innovativeres und ökologisch nachhaltigeres Reiseerlebnis anbieten zu können.

➤ HF „Positionierung / Marktbearbeitung“:

- Die Teilnehmenden sind sich einig, dass die Vermarktung des Themas Nachhaltigkeit ansprechend und kreativ in Kombination mit den Erlebnis-Highlights im Land gestaltet werden muss. Dabei soll die gesamte Customer Journey im Vordergrund stehen. Die Vermarktung mit Hilfe von Pressereisen und thematische Erlebnistouren (Handwerk, Landwirtschaft, Manufaktur, etc.) können geeignete Instrumente sein. Zudem sollte im Marketing auf eine genaue Zielgruppenansprache und Diversität geachtet werden.

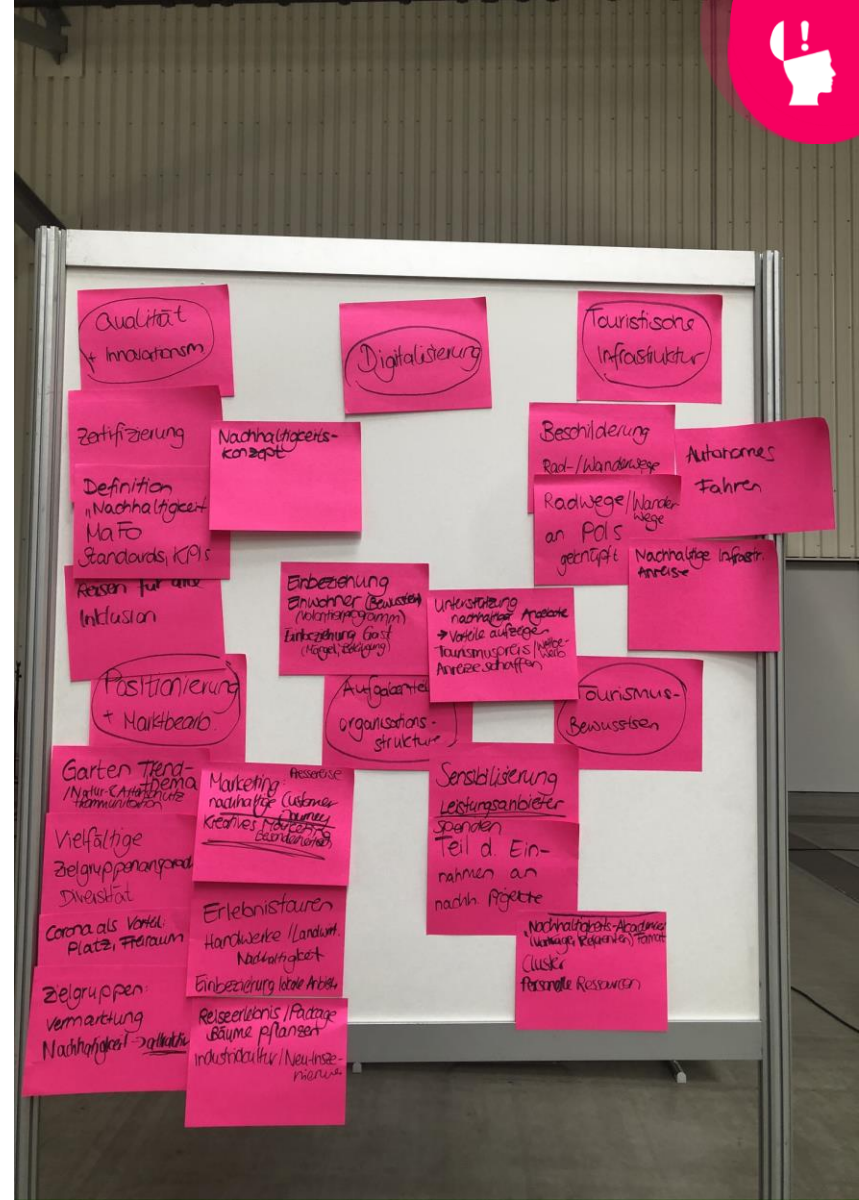
- Eine weitere Anmerkung ist die Vermarktung von Gärten in Verbindung mit Natur- & Artenschutz.

➤ HF „Touristische Infrastruktur“:

Rad- & Wanderwege sollten besser an die POIs angebunden sein und so nachhaltige Mobilität fördern. Auch eine bessere Beschilderung der Rad- & Wanderwege wird angemahnt.

➤ HF „Digitalisierung“:

Durch die Digitalisierung könnten Gäste besser in die nachhaltige Entwicklung einbezogen werden (z.B. digitale Meldung von Mängeln per App).

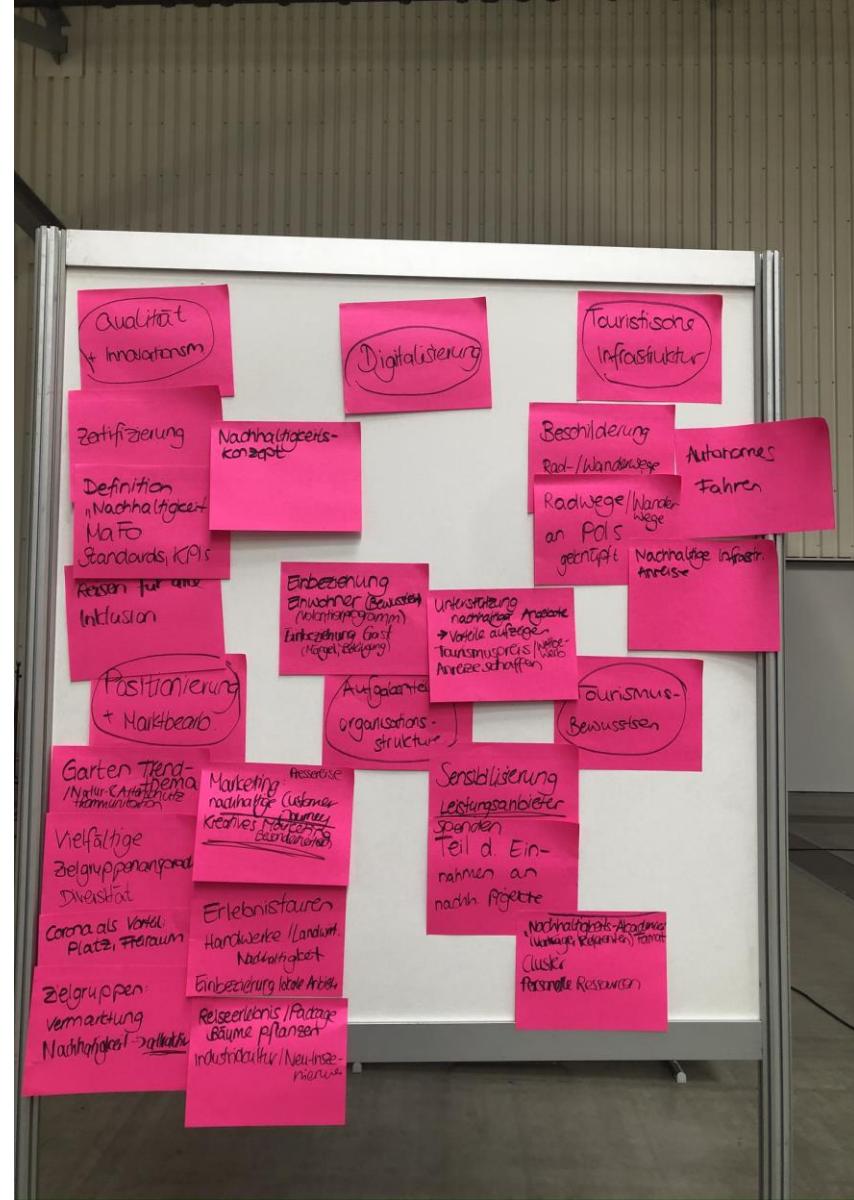


Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 1: Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign - Fortsetzung

- ➔ **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:** Die Teilnehmenden schlagen die Zertifizierung nachhaltiger Angebote vor. Grundsätzlich sollte der Begriff „Nachhaltigkeit“ im Land durch einheitliche KPIs und Standards definiert werden. Ggf. könnten diese in einem gemeinsamen touristischen Nachhaltigkeitskonzept festgeschrieben werden. Im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit wird das Thema „Reisen für alle“/Inklusion hervorgehoben.
- ➔ Innovative, nachhaltige Produkte (z.B. thematische Erlebnistouren mit Einbeziehung d. regionalen Handwerks/Landwirtschaft/Manufakturen, etc.; Nachhaltigkeitserlebnis mit aktiver Einbeziehung d. Reisenden, z.B. „Bäume pflanzen“) könnten (weiter-) entwickelt werden.
- ➔ Die Teilnehmenden merken an, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Leistungsanbieterschaft häufig noch negativ oder mit Unsicherheiten behaftet ist. Dazu ist eine weitere Sensibilisierung, Unterstützungsleistung bei Nachhaltigkeitsfragen (z.B. „Nachhaltigkeits-Akademie“ zum Austausch) und das Aufzeigen der Vorteile von nachhaltigen Angeboten notwendig. Anreize können zudem geschaffen werden (z.B. durch einen nachhaltigen Tourismuspreis / Wettbewerb).
- ➔ **HF „Tourismusbewusstsein“:**
 - ➔ Für ein ganzheitliches Nachhaltigkeitserlebnis im Reiseland sollen zudem die EinwohnerInnen einbezogen werden (z.B. Volunteer-Programm für Nachhaltigkeit).



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig eine innovativere und ökologisch nachhaltigere Hotellerie und Gastronomie anbieten zu können?

- Welche/s Projekt/e muss regionsübergreifend am dringlichsten angegangen werden, um Hotellerie und Gastronomie ökologisch nachhaltiger aufzustellen?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 2: Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie

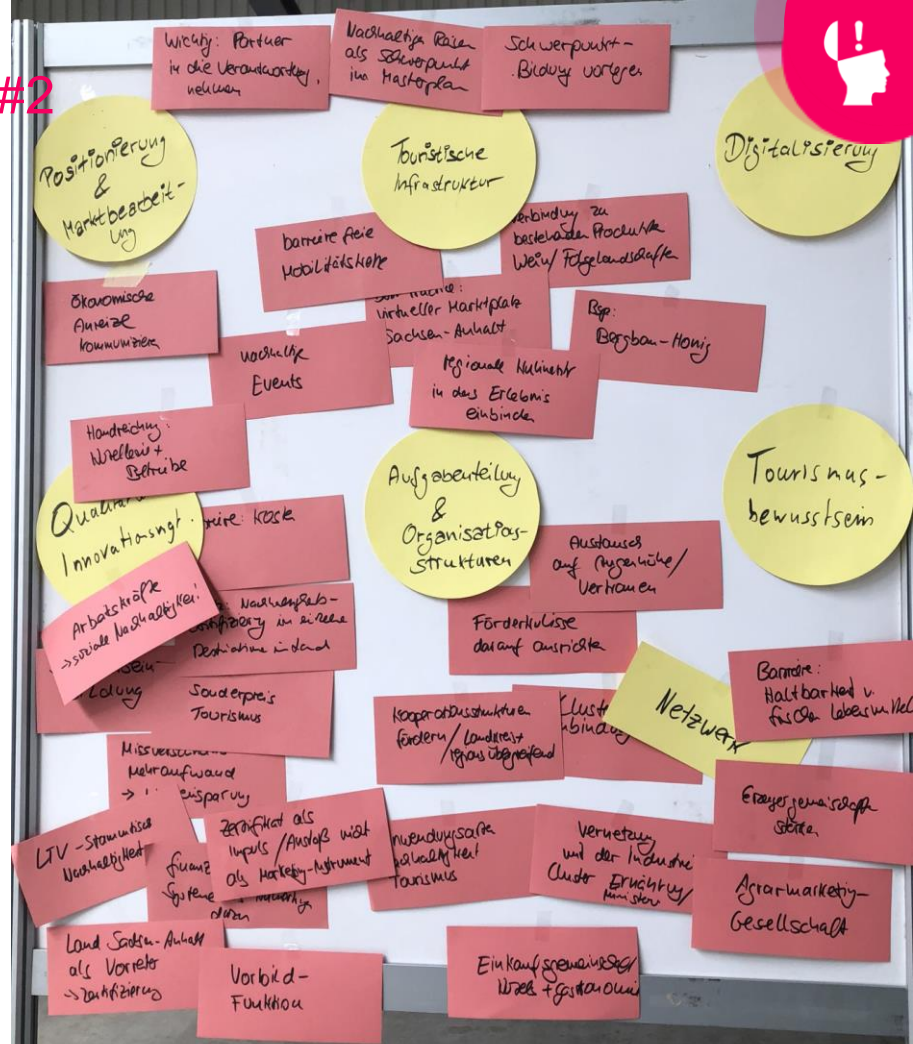
Die Teilnehmenden diskutieren regionsübergreifende Projekte und zentrale Rahmenbedingungen, um zukünftig eine innovativere und ökologisch nachhaltigere Hotellerie und Gastronomie anbieten zu können.

Die Teilnehmenden begrüßen es, Nachhaltigkeit (Einklang von Ökologie, Ökonomie und Sozialem) als Schwerpunkt im künftigen Masterplan festzuschreiben und fordern über den Masterplan die wichtigsten touristischen Partner in die Verantwortung zu nehmen.

➔ **HF „Touristische Infrastruktur“:** Der Fokus in der Entwicklung der touristischen Infrastruktur liegt in der Ausgestaltung barrierefreier Mobilitätsketten. Zudem sollen Erlebnisse noch stärker mit regionalen Produkten (Wein) und der regionalen Geschichte verwoben werden (Bsp. Bergbau-Honig). Auch Veranstaltungen im Land sollen künftig als Green-Events entwickelt werden.

➔ **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:**

➔ Zertifizierung der Tourismusregionen als Impuls: Eine Impulswirkung soll die Zertifizierung der Tourismusregionen im Land entfalten und einen Prozess der Sensibilisierung der Leistungsanbieterschaft anstoßen. Darüber hinaus sind flankierende Maßnahmen wie Qualitätswettbewerbe, Kommunikations- und Qualitätsoffensiven sowie finanzielle Anreize in einem Gesamtpaket zu schnüren, um das Thema in die Breite und Tiefe der Tourismuslandschaft zu tragen.



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig ein innovativeres und ökologischeres nachhaltigeres Ankommen und Binnenmobilität anbieten zu können?

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um touristische Mobilität regionsübergreifend ökologisch nachhaltig zu entwickeln?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 3: Ökologisch nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität

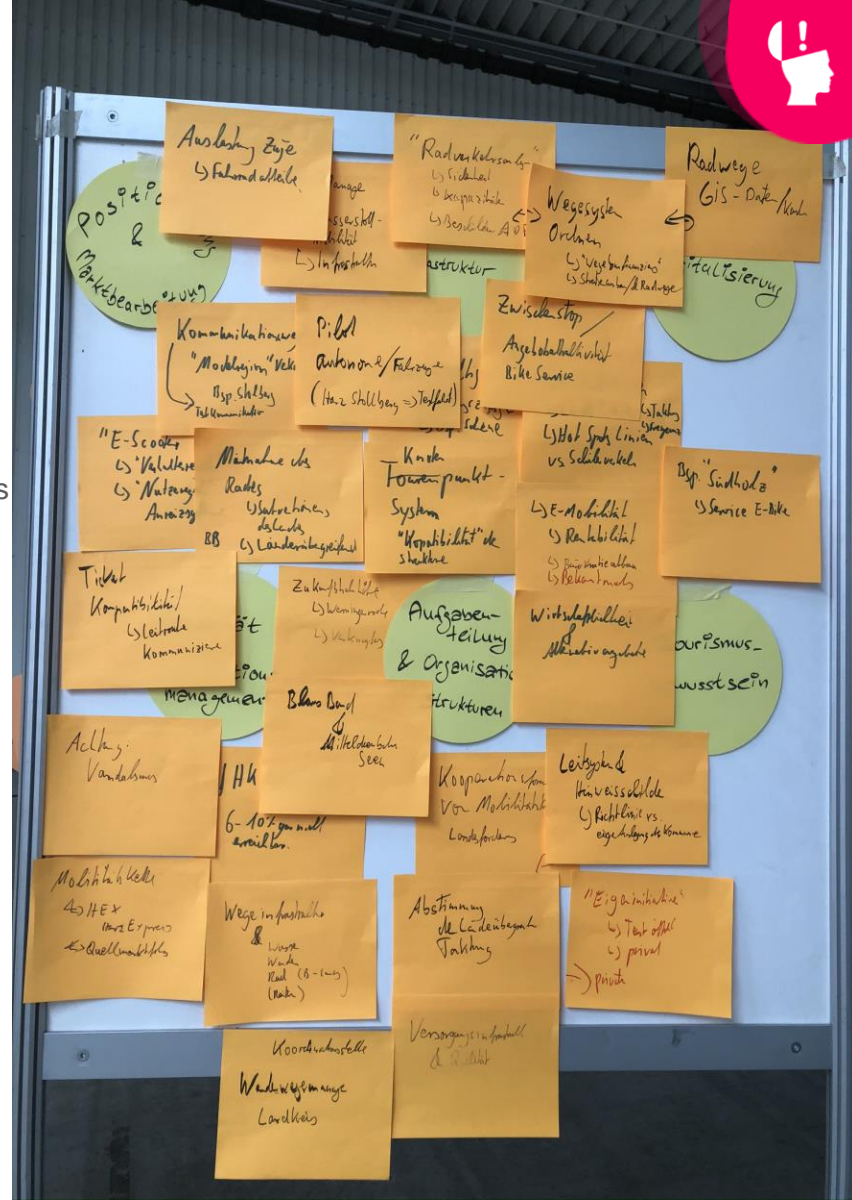
➔ HF „Positionierung / Marktbearbeitung“:

Die Einführung nachhaltiger Mobilität bedarf nicht nur eines Infrastrukturausbaus, sondern auch neuer Kommunikationswege zur Vermittlung des Angebotes und für Akzeptanz. Auf Planungsseite braucht es dafür eine übergreifende Koordinationsstelle

- Prüfung der Einrichtungen von „Modellregionen nachhaltige Mobilität“; s.u. Stolberg und neuen Anreizsystemen zum Umstieg
- Auslastung Züge (mehr Kapazität für Fahrradabteile); Mitnahme des Rades (Subventionen des Landes, länderübergreifend) sehr positiv aber die Ticket Kompatibilität für Leitrouten muss gewährt sein
- Berücksichtigung neuer Formen, wie Wasserstoffmobilität, bei der Infrastrukturplanung)
- E-Scooter / E-Bike braucht zur Vermeidung von Nutzungskonflikten auch neue Verhaltensregeln, Nutzerregeln.

➔ HF „Touristische Infrastruktur“:

- Radverkehrinfrastruktur & -anlagen (Sicherheit, Kapazitäten, Beschilderung, ADFC-Richtlinien) sowie Zwischenstopps / Angebotsattraktivität und Bike Service müssen optimiert werden
- Einsatz autonomer Fahrzeuge / Kleinbusse (Bsp. Harz Stolberg)
- Touristische Linien im SPNV / ÖPNV aufwerten und Kapazitäten / Frequenzen ausbauen (Landeslinie, Hot Spots Linien,
- Knotenpunkt-Systeme aufbauen und „Kompatibilität“ der Strukturen und Verkehrsträger herstellen: Umstieg auf eine nachhaltige Binnenmobilität / E-Mobilität
- Rentabilität für Anbieter steigern und Bürokratie / Hürden abbauen



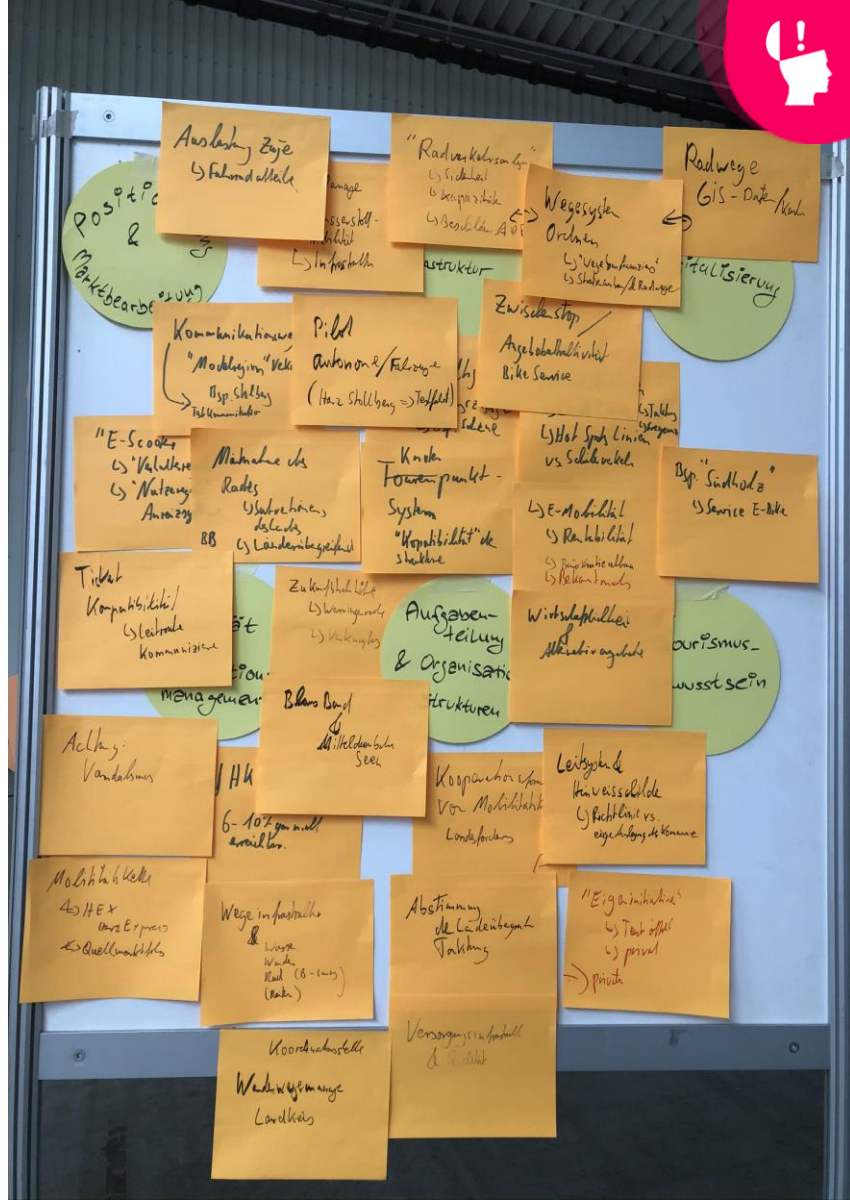
Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #2

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 3: Ökologisch nachhaltiges Ankommen und Binnenmobilität

- Fortsetzung

- ➔ **HF „Digitalisierung“:** Für die Angebotsentwicklung und Aufbereitung für den Gast braucht es eine flächendeckende Digitalisierung von Bestand und Angebot (GIS-Daten/Karten zu Wegesystemen, Angeboten, Umstiegsmöglichkeiten), eingebunden in Erlebnisraumkonzeptionen der Regionen und Städte
- ➔ **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:** Kundenfreundliche Erreichbarkeit der POIs muss in allen Teilen des Landes forciert werden (Lt. IHK-Freizeitbarometer sind 6-10% gar nicht erreichbar).
→ Mobilitätsketten müssen ganzheitlich für verschiedene Anspruchsgruppen aus dem Tourismus gedacht werden.
→ Wegeinfrastruktur (Wasser, Wandern, Rad, Reiten) sind zu berücksichtigen sowie auch touristische Anbieter (HarzExpress)
→ Learnings aus Pilotprojekten „Zukunftsbahnhöfe DB“ (Wernigerode) sind im Land zu vermitteln und anzuwenden
→ Touristisches Qualitäts- und Innovationsmanagement müssen bei einer übergreifenden Koordinationsstelle verankert werden
→ Versorgungsinfrastruktur & Qualität
- ➔ **HF „Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen“:** Kooperationsformen bei Mobilitätsketten sind wichtige Aufgaben des Ministeriums und der Landkreise unter Einbeziehung der DMOs
→ Abstimmung der länderübergreifenden Taktung
→ Landesförderung für mehr Wirtschaftlichkeit & Alternativangebote
- ➔ **HF „Tourismusbewusstsein“:** Mehr Eigeninitiative der Leistungsanbieter und der lokalen DMO (Richtlinie vs. Auslage der Kommune)



Nadja Schweiggart
Junior Consultant

Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT^M



5 Vorstellung der Session-Ergebnisse



Unser Moderationsteam für die Zukunftswerkstatt #2

„Ökologie – Ressourcen bewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil“



Dipl.-Ing.

Peter C. Kowalsky

Senior Consultant PROJECT M

Fokus: Ökologisch-nachhaltiges
Ankommen & Binnenmobilität



M.Sc.

Nadja Schweiggart

Junior Consultant PROJECT M

Fokus: Ökologische Nachhaltigkeit
im Reiseerlebnis/Erlebnisdesign



M.Sc.

Maik Zießnitz

Consultant PROJECT M

Fokus: Ökologische Nachhaltigkeit in
Hotellerie & Gastronomie



SACHSEN-ANHALT

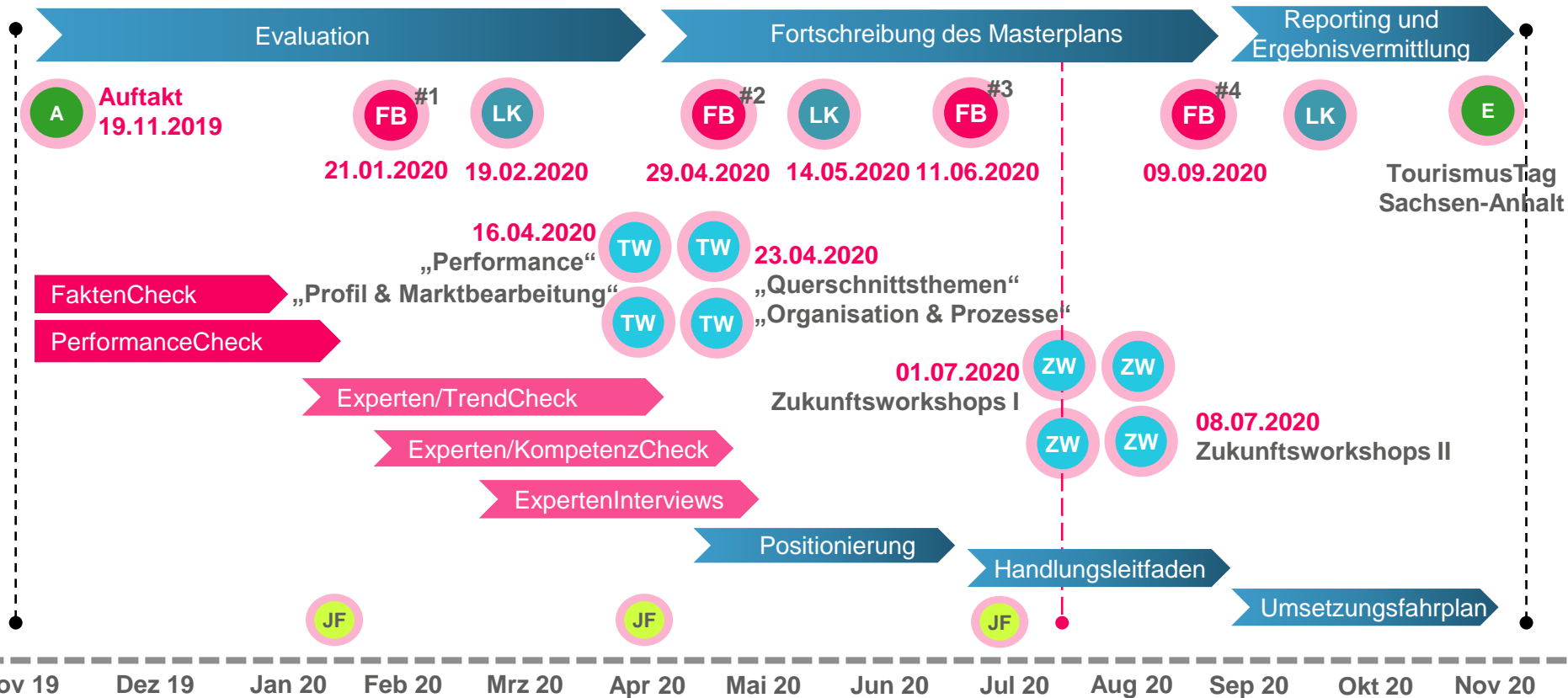
PROJECT ^M

6

Ausblick auf den weiteren Prozess



Zeitplan Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



- Legende
- Auftakt / Abschluss
 - Fachbeirat
 - Lenkungs-kreis
 - Tourismus-/Zukunfts-Werkstatt
 - Jour fixe

- Osterferien 2020 Mo 06.04. - Sa 11.04.
- Pfingstferien 2020 Mo 18.05. - Sa 30.05.
- Sommerferien 2020 Do 16.07. - Mi 26.08.
- Herbstferien 2020 Mo 19.10. - Sa 24.10.



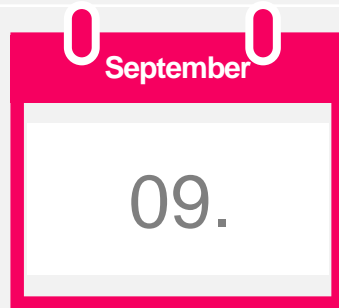
Ausblick & kommende Schritte



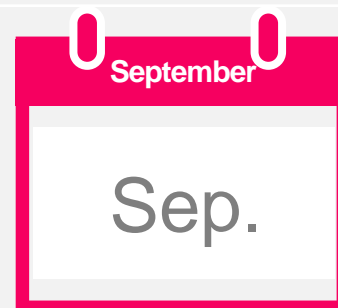
Infos / Next Steps	Wann
ZukunftsWerkstätten #3&4	08. Juli 2020
Fachbeirat #4	09. September 2020
Lenkungskreis #3	September 2020
TourismusTag Sachsen-Anhalt	November 2020



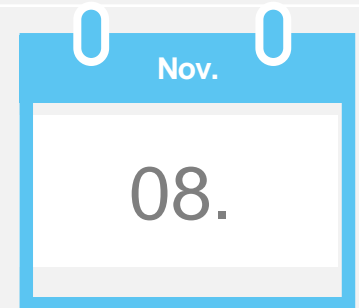
ZukunftsWerkstätten #3&4
Magdeburg



Fachbeirat #4



Lenkungskreis #3



TourismusTag
Sachsen-Anhalt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

PROJECT^M



www.projectm.de



www.tourismusnachcorona.de



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



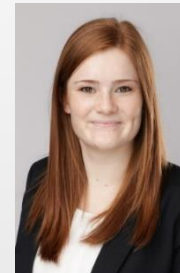
www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



Peter C. Kowalsky
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@projectm.de



Svenja Berkhoff
Tel. 040.419 23 96 23
svenja.berkhoff@projectm.de



Nadja Schweiggart
Tel. 040.419 23 96 21
nadja.schweiggart@projectm.de



Maik Zießnitz
Tel. 040.419 23 96 20
maik.ziessnitz@projectm.de

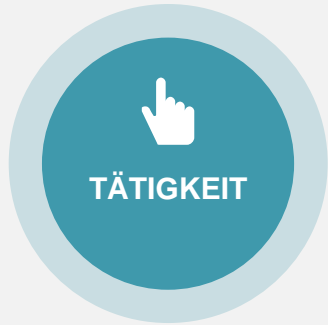
PROJECT M GmbH
Gurlittstraße 29
20099 Hamburg



PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

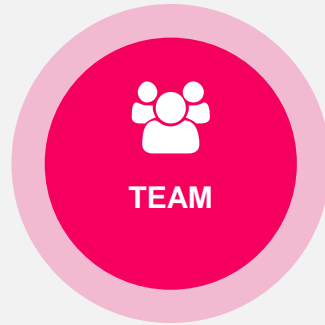
Mitglieder der Geschäftsführung: Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack & Dr. Wolfgang Isenberg



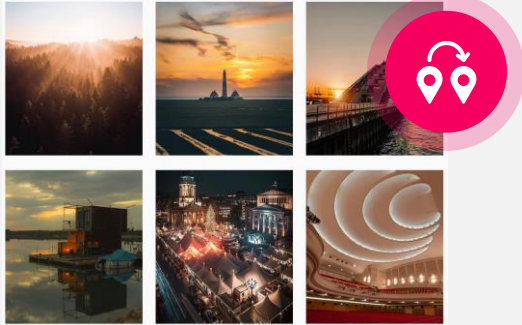
STANDORTE

Hamburg
München



PROJECT M ist eines der führenden Beratungsunternehmen im strategischen und operativen Destinationsmanagement und -Marketing.

DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



PROJECT^M



www.projectm.de



www.tourismusnachcorona.de



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com

GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



Unternehmensstandorte:

Hamburg / München



Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Angebot die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

